



„ABP wird als Digitalpartner im Maschinen- und Anlagenbau wahrgenommen“

Markus Fournell, VP Global Service & Digital Products bei ABP Induction, spricht im Interview mit PROZESSWÄRME über die Entwicklung des Servicegeschäfts, die Verbindung von Service und Digitalisierung sowie den Mehrwert von virtuellen Veranstaltungen.

Sie haben 2019 Ihre Plattform myABP ins Leben gerufen. Wie hat sich diese in der Zwischenzeit entwickelt?

Fournell: Um einen möglichst schnellen ROI für uns und unsere Kunden aus der metallverarbeitenden Industrie zu realisieren, hatten wir uns im ersten Schritt zunächst auf digitale Servicelösungen konzentriert. Obwohl wir erst 2018 gestartet sind, fühlt es sich an, als läge das schon ewig zurück – die Innovationszyklen gerade

im digitalen Bereich sind einfach so kurz. Das Einstiegsportal myABP ist unser Konzept einer offenen digitalen Plattform, die Anwender herstellerunabhängig nutzen können, um den eigenen Maschinen- und Anlagenpark effektiv zu verwalten. Bei der Gestaltung der Plattform zeigte sich schnell, dass wir als Anlagenhersteller das Projekt nicht allein, sondern mit Entwicklungspartnern aus der Softwarebranche angehen müssen. Begleitet wurde die Entwicklungsphase zudem von vier langjährigen

ABP-Kunden, die wertvollen Praxis-Input lieferten. Durch die digitalen Lösungen rückt ABP Induction näher an die Anlagenbetreiber aus Gießereien und Schmieden heran und unterstützt diese beim täglichen Betrieb, der Wartung und der Weiterbildung des Personals; alles verknüpft und direkt erreichbar über das Digitalportal myABP. Unsere Kunden profitieren von weniger ungeplanten und kürzeren geplanten Downtimes. Alle wichtigen Informationen sind auf dem Portal verfügbar und durch bessere Schulungen werden Reparaturdauern reduziert und die Sicherheit der Bediener im täglichen Betrieb sichergestellt. Wir sind gerade an dem Punkt, das alles in einer Marketingstrategie zusammenzuführen und auszurollen. ABP Induction wird aber bereits jetzt als kompetenter Digital-Partner im Maschinen- und Anlagenbau wahrgenommen.

Welche Funktionen bietet die Plattform Ihren Kunden?

Fournell: Die digitale Transformation muss ganzheitlich gedacht werden. Die Plattform myABP ist dabei die logische digitale Erweiterung des Serviceangebots und der Einstieg in die neue digitale Welt. Sie funktioniert offen, orts- und zeitunabhängig, also rollenbasiert. Sie ist für alle beteiligten Prozesse und Maschinen in der Gießerei- und Schmiedeindustrie ausgelegt – und darüber hinaus. Vor- und nachgelagerte Prozesse lassen sich einfach in die Plattform integrieren. Hier finden sich alle Dokumente zu den Anlagen, von Produktbeschreibungen und Zeichnungen,



„Wir sehen die größtmögliche Effizienz aus der Kombination von Schulungen vor Ort und digitalen Angeboten“



„Durch die digitalen Lösungen rückt ABP näher an die Anlagenbetreiber heran und unterstützt diese beim Betrieb, der Wartung und der Weiterbildung des Personals“

über Wartungshandbücher bis hin zu Serviceberichten und Checklisten. MyABP wird zum persönlichen Informations- und Wartungsassistenten, auch unterschiedlicher Hersteller. Es ist der zentrale Sammelpunkt für Erkenntnisse und Empfehlungen und bündelt das gesamte relevante Wissen rund um die Anlage. Betreiber können so ihre Dienstleistungen, Anlagenstücklisten, Dokumentationen, Angebote und Aufträge verwalten, Support anfordern sowie Verbindung zu den verschiedenen Systemen in der Produktion herstellen.

Insofern hat ABP ein lückenloses Digitalportfolio entwickelt, das auf der Plattform myABP aufbaut, aus drei Säulen besteht und unter dem Label „ABP Digital Solutions“ zusammengefasst wird. Dazu gehört die ABP Virtual Academy, die aus den Bausteinen ABP Virtual Classroom und Virtual Training besteht. Außerdem wurde der Augmented Reality (AR)-Service „digital Expert on Demand“ (dEoD) eingeführt, mit dem remote Serviceleistungen erbracht werden können sowie das Thema M2M Kommunikation und künstliche Intelligenz (KI) in den ersten Optimierungsapplikationen realisiert. Gebündelt werden diese digitalen Services eben in der Plattform myABP, über die Kunden ihre Trainingsaktivitäten, aber auch ihre gesamte Anlagenverwaltung planen können. Komplettiert wird die Toolsammlung durch einen Online-Shop für Ersatzteile.

Wo sehen Sie die Vorteile des Einsatzes von Virtual und Augmented Reality?

Fournell: Kunden können ihre Mitarbeiter beim ‚ABP Virtual Training‘ in virtuelle Trainingssessions schicken, sozusagen der Flightsimulator für die Gießerei. Die Trainings finden im virtuellen Raum über eine Virtual Reality-Umgebung samt Brille statt. In der virtuellen Umgebung können Arbeitsabläufe und Notfallmaßnahmen trainiert werden, die am realen Produkt im Live-Betrieb so nicht möglich sind. Damit kann jeder Mitarbeiter auf Wunsch im virtuellen Raum an einem digitalen Zwilling trainieren.

Mit dem ‚ABP digital Expert on Demand‘ sind ABP-Experten und -Servicetechniker immer zur Stelle, wenn Support benötigt wird. Es erlaubt dem ABP-Support, die Anlage mit Augmented Reality durch die Augen des Kunden zu sehen. Das heißt, dass der Techniker vor Ort Smart Glasses trägt oder ein Smartphone oder Tablet nutzt und einerseits optisch eingespielt bekommt, was er zu tun hat,

und andererseits über die Kamerafunktion die Anlage und seine Arbeit daran zeigen kann. Der Experte sitzt zentral im ABP-Office und kann entsprechend Anweisungen geben. ‚ABP digital Expert on Demand‘ ist schnell verfügbar; lange Wartezeiten auf einen Servicetermin oder eine Techniker-Verfügbarkeit sind kein Thema mehr. Dank unserer globalen Präsenz geht in der ABP-Welt die Sonne nie unter – es steht immer ein Mitarbeiter für die Kunden digital zur Verfügung.

Zu welchem Zweck haben Sie die Virtual Academy gegründet?

Fournell: Es geht um Sicherheit, Zuverlässigkeit und Transparenz: In der ABP Virtual Academy werden Trainings- und Weiterbildungsangebote für alle technischen Bereiche der Gießerei- und Schmiedeunternehmen hinterlegt. Das Angebot ist online verfügbar. Zusammengefasst werden hier einerseits virtuelle Sessions über das Modul ‚ABP Virtual Training‘ und zum anderen Trainingsmaßnahmen und Expertenvorträge im ‚ABP Virtual Classroom‘. Mit der ‚ABP Virtual Academy‘ trägt ABP dem hochsensiblen Arbeitsbereich Rechnung: Trainings und Schulungen der Mitarbeiter sind elementar, gerade im Umfeld einer Anlage.

Im ‚ABP Classroom‘ lassen sich individuelle und aktuelle Themen besprechen und erlernen. ABP-Experten bieten hier Vorträge zu Produkten und Lösungen an, zeigen neue Entwicklungen und Best Practices auf und laden Kunden sowie externe Experten ein, ebenfalls ihr Wissen zu teilen. Die Sessions finden in einer virtuellen Umgebung statt, die Teilnehmer und Experten treten in dem Classroom als Avatare auf. Das System ist spannend, wenn Kunden ihr Wissen zu einer vorhandenen ABP-Anlage auffrischen wollen oder ein Onboarding neuer Mitarbeiter ansteht. Enorm hilfreich ist so eine digitale Session als Kick-off, wenn Kunden planen, ihre Anlage zu modernisieren, zu erweitern oder ganz neu aufzubauen. In Zeiten von Covid-19 wird der ‚ABP Virtual Classroom‘ bereits als Plattform für Experten-Veranstaltungen, Fachtagungen und ähnliches genutzt.

Wie läuft eine typische Veranstaltung im Virtual Classroom ab?

Fournell: Wie bei einer realen Session starten wir auch in der virtuellen Umgebung mit Smalltalk. Man trifft sich im Foyer, tauscht sich aus, klärt bei Bedarf einige technische Fragen, ehe es in die konkrete Session geht.



Virtual Classroom: Die Teilnehmer bewegen sich mittels Avatar und können sich Vorträge anhören oder an Schulungen teilnehmen

Hier unterscheiden wir zwischen offenen und geschlossenen Seminaren. Bei den geschlossenen Seminaren bieten wir für eine bestimmte Nutzergruppe, zum Beispiel alle Techniker eines Kunden, eine spezifische Schulung an, die der Kunde bei uns nachgefragt hat. Die offenen Seminare sind thematisch weitläufiger und vom Zugang her offen für jeden Interessierten. In der Regel gibt es dann zwei bis drei Keynotes von ABP und seinen Partnern. Zwischendurch betonen wir auch immer den Gamification-Faktor, zum Beispiel durch Umfragen, Kontrollfragen oder ein Quiz. Workshops finden in separaten virtuellen Räumen statt, hier kann alles auf Whiteboards dokumentiert werden – wie im richtigen Leben. Je nach Schulung können wir dann auch am 3D-Modell eines Ofens arbeiten: Wir haben verschiedene Maschinen und Anlagen digitalisiert, sodass man diese in die virtuelle Trainingsumgebung einsetzen kann.

Wie bewerten die Kunden und Teilnehmer Schulungen im virtuellen Umfeld?

Fournell: Erste Rückmeldungen aus dem Markt zeigen, dass die Herstellerneutralität und die Vielseitigkeit von myABP genau das ist, was der Markt offensichtlich benötigt. Und mit Blick auf die Schulungen kann man sagen, dass gerade das Trainieren von Situationen, die in der Realität nicht simuliert werden können, einen großen Mehrwert bietet, insbesondere was die Arbeitssicherheit angeht.

Wenn Sie an unseren Virtual Classroom mit der Avatar-Technologie denken, muss man unterstreichen, dass gerade der Gamification-Faktor ein positives Merkmal darstellt. Teilnehmer bewegen sich intuitiv in der Umgebung. Wir bekommen zudem unterschiedliche Rückmeldungen je nach Vorwissen der Teilnehmer: Digital Natives und Teilnehmer, die technikaffin sind, fangen schnell an, Dinge auszuprobieren und sind kaum zu bremsen. Aber auch eher technikfremde Teilnehmer verlieren schnell die Scheu und finden sich im virtuellen Raum zurecht. Da wir dem Teilneh-

mer sehr viel Technik beim Zugang zum Virtual Classroom abnehmen, ist auch die Einstiegshürde relativ niedrig.

Können virtuelle Veranstaltungen einen Ersatz für Schulungen und Präsentationen vor Ort bieten?

Fournell: Das sicherlich nicht. Wir sehen vielmehr die größtmögliche Effizienz aus der Kombination von Schulungen vor Ort und digitalen Angeboten. Digitale Trainings haben sicher den Vorteil, dass sie kostengünstiger zu realisieren sind, gerade wenn Sie an Technikerschulungen denken, zu denen bislang Kollegen aus der ganzen Welt angereist sind. Natürlich sparen Sie Reisekosten und Zeit. Und Sie können die Sessions dokumentieren, um später nachweisen zu können, was der Mitarbeiter gelernt hat, welche Kompetenzen er besitzt und für welche Bereiche er eingesetzt werden kann. Das hat dann auch mit Arbeitssicherheit zu tun. Da alle Leistungen in myABP dokumentiert sind, können Unternehmen schnell überblicken, welche Mitarbeiter sich mit welchen Kompetenzen für den jeweiligen Case eignen.

An welchen Projekten und Produkten im Bereich des digitalen Service arbeiten Sie derzeit?

Fournell: Unsere Industrie 4.0-Serviceleistungen schlagen die Brücke von den herkömmlichen Servicedienstleistungen zu einer neuen Stufe der Verbindung zwischen Anlagenbauer und Betreiber. Die hybride Idee hinter diesen Servicewerkzeugen besteht darin, Menschen, Maschinen und Prozesse über die neue Plattform myABP über Herstellergrenzen hinweg zu verbinden und durch immer neue Angebote durch diese digitale Revolution zu führen. Oder – unserem Slogan „People.Technology.Success.“ entsprechend – die Digitalisierung befähigt Menschen dazu, mit neuen Technologien Erfolg zu haben, auf allen Ebenen. Das beschäftigt uns auch bei der Weiterentwicklung der digitalen Services. Ich habe von Ganzheitlichkeit gesprochen: Deswegen sind wir bestrebt, myABP so auszustatten, dass der Kontakt zum Portal für alle Tätigkeiten des Kunden ausreichen. Das ist wie mit dem Smartphone: Dort wünschen Sie sich ja auch möglichst alle Funktionen in einem Gerät. Bei myABP sind wir aktuell dabei, den digitalen Shop zu launchen. Er wird Kunden – über myABP – befähigen, die richtigen Ersatzteile oder Tools zu identifizieren, die er für seinen in myABP hinterlegten Gerätepark benötigt.

Uns geht es aber auch darum, das digitale Wissen zu teilen. Wir möchten unsere Idee von der digitalen Gießerei der Zukunft vermitteln, aber auch neue Erkenntnisse gewinnen. Und das funktioniert nur über Kommunikation. Derzeit entsteht deswegen die Konzeption unter dem Label ‚ABP Meet the Experts‘. Das wird eine Vortrags- und Workshop-Reihe sein, zu der wir Experten als Speaker einladen, dazu alle Interessierten als Gäste, die sich mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen wollen oder



ABP Virtual Classroom: Kostenlose Testsession für PROZESSWÄRME-Leser

Beim ABP Virtual Classroom handelt es sich um eine virtuelle Lern- und Meeting-Umgebung, in welcher die Teilnehmer mittels Avatar unterwegs sind. ABP-Experten und -Partner bieten hier Vorträge und laden zum Meinungs- und Wissensaustausch ein. Das System ist auch spannend, wenn Kunden ihr Wissen zu einer Anlage auffrischen wollen oder ein Onboarding neuer Mitarbeiter ansteht. Enorm hilfreich ist so eine digitale Session als Kick-off, wenn Kunden planen, ihre Anlage zu modernisieren, zu erweitern oder neu aufzubauen. Geplant ist, den Virtual Classroom als Plattform für Experten-Veranstaltungen, Fachtagungen und ähnliches zu nutzen. Derzeit entsteht die Konzeption und die Terminplanung unter dem Label ‚ABP Meet the Experts‘.

Wenn Sie den Virtual Classroom einmal live ausprobieren möchten: ABP Induction hat eine kostenlose Testsession für PROZESSWÄRME-Leser geplant. Bei Interesse melden Sie sich unter prozesswaerme.abp-blog.de an oder scannen Sie den **QR-Code!**



müssen. Auch damit werden wir unsere Vision für die Zukunft der metallverarbeitenden Industrie weiter vorantreiben. Und nicht nur für diese Industrie: ABP versteht myABP mit den damit verbundenen digitalen Lösungen als offenes Konzept. Alle digitalen Lösungen können als White Label von anderen Unternehmen genutzt werden – auch abseits der metallverarbeitenden Industrie. Denn auch dort ist die digitale Transformation ein Prozess, dem sich alle stellen müssen. Das Potenzial von White Label führt dazu, dass wir Branchen ansprechen können, in denen ABP bislang gar nicht vertreten ist. Von der Gießerei strahlt das Thema aus auf Glas, Pharma, Baustoffe, Nahrungsmittel und viele andere Bereiche; so meistern wir die Kür der Diversifikation durch digitale Transformation. Dies ist nicht weniger als ein Kulturwandel, der sowohl von den Betreibern als auch den Maschinenherstellern bewältigt werden muss – und deswegen sprechen wir zurecht von einer Revolution.

Wie wollen Sie das Servicegeschäft langfristig weiterentwickeln?

Fournell: ABP Induction hat neben dem Anlagenbau früh auf den Service gesetzt. Service ist ein wichtiger Geschäftsbereich bei uns: Der Anteil liegt bei fast 50 Prozent und damit weit über den üblichen 20 Prozent, wie man es aus dem Maschinenbau kennt. ABP hat dazu ein umfangreiches digitales Portfolio entwickelt, mit dem sich metallverarbeitende Unternehmen im Sinne der vierten industriellen Revolution neu aufstellen können. Industrie 4.0 wird mit der maschinennahen Auswertung von Daten mittels Machine Learning, der netzwerkbasierter Interaktion zwischen den Produktionsanlagen, aber auch der Verschmelzung des Know-hows der Anlagenhersteller

mit dem der Betreiber, heute Wirklichkeit. Digitale Services sind nur dann für unsere Kunden sinnvoll, wenn sie offen sind, der Kunde die Datenhoheit hat und sein Nutzen deutlich erkennbar ist.

Wie fügt sich das Servicegeschäft in Ihre Digitalstrategie ein?

Fournell: Das digitale Geschäftsmodell wird bei uns als eigenständig angesehen: Unser Verständnis ist, dass die digitale Transformation nicht dazu dient, das bestehende Geschäftsmodell abzusichern, sondern es bedeutet, ein neues Geschäftsmodell zu entwickeln, das auf den Stärken von ABP im Sondermaschinenbau aufbaut. Das Servicegeschäft wird dazu auf drei Ebenen digitalisiert: Es geht um digitale Serviceprodukte, Partnerschaften und digitale Marketingkanäle. Der Nutzen für unsere Kunden und für uns ist dabei der Erfolgsfaktor, den man im Blick behalten muss. Die Steigerung der Produktivität sowie der Qualität bei gleichzeitiger Reduzierung der Umweltbelastung und der Produktionskosten sind die Herausforderungen, denen sich Unternehmen im metallverarbeitenden Bereich alltäglich konfrontiert sehen. Viele Unternehmen haben sich in den letzten Jahren dieser Aufgabe gestellt und passende Konzepte zum sparsamen und zeiteffizienten Einsatz der Produktionsfaktoren Betriebsmittel, Personal, Werkstoffe, Planung und Organisation im Zeichen von Lean entwickelt. Unsere Produkte sind bereits technisch so ausgereift, dass wir anlagentechnisch nur noch geringe Leistungssteigerungen erzeugen können. Unsere Antwort lautet deshalb: Wir unterstützen unsere Kunden durch effiziente Anlagen ergänzt durch digitale Services auf dem Weg zu Lean 4.0.